证券代码：603657　证券简称：春光科技　公告编号：2024-050

金华春光橡塑科技股份有限公司关于回复上海证券交易所《2023年年度报告信息披露监管工作函》的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

风险提示：

● 公司经营业绩下滑的风险。2023年度公司经营业绩大幅下滑，其中全资子公司越南SUNTONE公司整机业务大幅亏损、苏州尚腾公司整机业务业绩大幅下滑。若未来经济环境持续低迷、消费需求恢复不及预期、市场竞争加剧导致售价进一步下降或行业政策及下游市场出现重大不利变化，公司未来整机业务不能持续提升市场竞争力，无法有效开拓市场和新客户，进一步完善海内外供应链体系，降低采购及运营成本，则存在公司全资子公司越南SUNTONE公司和苏州尚腾公司整机业务持续亏损或下滑的风险，进而存在影响公司整体经营业绩下滑的风险。

● 公司客户集中度较高的风险。由于公司客户相对集中，特别是整机业务集中度较高，若未来客户下游行业出现新的替代产品或行业竞争加剧或主要客户自身经营出现下滑或经营策略或模式调整等情形，则存在主要客户减少采购规模甚至丢失主要客户而给公司经营业绩带来不利影响的风险。同时，由于公司主要采用赊销的形式向客户销售产品，因此公司应收账款保持在较高水平且集中度较高。若未来公司主要客户出现导致还款能力下降的因素，则存在应收账款难以及时收回和增加计提信用减值的风险，进而存在对公司经营业绩造成不利影响的风险。

● 公司海外项目投产后新增产能闲置或无法及时消化风险。为降低投资风险，虽然公司对越南清洁电器生产基地项目采取分期分阶段投入策略，并以越南SUNTONE公司现有业务为依托，但由于越南SUNTONE公司目前客户单一，若后续无法有效拓展新客户或现有主要客户流失，则存在该项目投产后新增产能闲置或无法及时消化的风险。

● 外汇波动风险。公司向境外销售产品时，客户主要采用美元、林吉特等外币结算，公司来自境外的营业收入占比逐年升高。未来若人民币与美元等外币汇率波动幅度过大，可能会对公司的经营业绩产生一定不利影响的风险。

金华春光橡塑科技股份有限公司（以下简称公司或春光科技）于近期收到上海证券交易所上市公司管理一部发来的《关于金华春光橡塑科技股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函〔2024〕0580号，以下简称监管工作函），公司及董事会对此高度重视，积极组织相关部门和中介机构对监管工作函所涉及事项进行了认真核查，现逐项回复如下：

一、关于业绩下滑。公司于2018年上市，定期报告显示，2021-2023年度公司归母净利润分别为1.10亿元、0.98亿元、0.25亿元，同比分别下滑22.47%、10.95%、74.60%，处于持续下滑态势，且2023年四季度、2024年一季度首次出现单季亏损。收入方面，公司近年营业收入持续高速增长，至2023年度公司实现营业收入18.20亿元，同比下降5.28%，为首次出现下滑。同时，销售商品、提供劳务收到的现金为14.13亿元，较去年同期的17.51亿元减少47.08%。此外，公司主营业务清洁电器的毛利率自2019年的34.20%逐步下滑至2023年的12.58%。

请公司：（1）按招股说明书的主要产品分类，列示清洁电器各类产品近年产销量、销售价格、原材料成本等变化，并结合市场供需、价格波动、竞争格局、行业发展，与可比公司对比，量化分析毛利率持续下滑的原因；（2）分析说明销售商品、提供劳务收到的现金下滑幅度高于收入下滑幅度的具体原因；（3）结合前述问题，量化分析公司近年增收不增利的具体原因，说明是否与行业整体趋势及公司行业地位相背离，是否可能持续对公司经营和业绩产生不利影响，如存在，请补充披露公司应对措施并进行风险提示。

公司回复：

（一）按招股说明书的主要产品分类，列示清洁电器各类产品近年产销量、销售价格、原材料成本等变化，并结合市场供需、价格波动、竞争格局、行业发展，与可比公司对比，量化分析毛利率持续下滑的原因

1. 列示清洁电器各类产品近年产销量、销售价格、原材料成本

(1) 近年各类产品产销量情况

单位：万件

产品类型		2023年度		2022年度		2021年度	
大类	小类	生产	销售	生产	销售	生产	销售
软管	伸缩管	3,465.70	3,465.78	3,286.90	3,264.61	4,051.07	3,986.00
	吹塑管	2,386.23	2,278.38	1,721.82	1,837.48	2,874.87	2,756.85
	挤出管	766.65	779.69	621.00	634.43	1,140.89	1,126.87
	吸塑管	1,161.62	1,074.30	199.08	206.89	426.75	498.22
	缠绕管	82.00	80.14	89.76	108.54	199.20	186.15
	其他管	10.82	11.13	8.52	8.09	27.48	27.00
软管小计		7,873.03	7,689.42	5,927.08	6,060.03	8,720.27	8,581.09
整机	吸尘器	147.95	163.17	99.08	84.89	86.36	76.88
	洗地机	67.58	67.89	100.67	99.42	16.37	15.39
	其他整机	10.26	12.58	24.14	21.59	9.42	8.88
整机小计		225.80	243.64	223.89	205.89	112.14	101.15
配件		10,013.48	12,777.97	13,950.40	14,124.85	18,176.65	17,405.26

(2) 近年各类产品毛利率情况

单位：万元

产品类型		2023年度			2022年度			2021年度		
大类	小类	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
软管	伸缩管	24,372.92	17,099.52	29.84%	24,417.52	17,820.94	27.02%	24,268.75	17,300.04	28.71%
	吹塑管	5,700.21	3,265.97	42.70%	4,379.81	2,467.88	43.65%	8,719.39	5,230.49	40.01%
	挤出管	6,185.26	4,990.17	19.32%	6,193.06	5,084.67	17.90%	9,243.58	7,265.43	21.40%
	吸塑管	1,394.83	577.93	58.57%	774.40	398.90	48.49%	1,275.91	691.42	45.81%
	缠绕管	910.73	639.40	29.79%	1,172.83	940.73	19.79%	1,665.39	1,268.84	23.81%
	其他管	109.59	96.93	11.56%	97.29	88.67	8.86%	267.38	250.13	6.45%
软管小计		38,673.54	26,669.92	31.04%	37,034.93	26,801.78	27.63%	45,440.39	32,006.35	29.56%
整机	吸尘器	37,253.36	39,692.24	-6.55%	22,747.36	21,464.01	5.64%	17,772.31	16,446.77	7.46%
	洗地机	50,229.29	46,634.05	11.6%	83,440.38	77,054.63	7.65%	14,722.18	13,599.79	7.62%
	其他整机	2,798.00	2,745.24	1.89%	5,301.45	4,492.58	15.26%	2,704.17	2,274.74	15.88%
整机小计		90,280.65	89,071.53	1.34%	111,489.19	103,011.22	7.60%	35,198.66	32,321.30	8.17%
配件		53,044.24	43,365.42	18.25%	43,617.80	34,833.42	20.14%	48,817.46	38,325.03	21.49%

(3) 近年产品销售价格情况

单位：万元、万件、元/件

产品类型		2023年			2022年			2021年		
大类	小类	销售金额	销售数量	单价	销售金额	销售数量	单价	销售金额	销售数量	单价
软管	伸缩管	24,372.92	3,465.78	7.03	24,417.52	3,264.61	7.48	24,268.75	3,986.00	6.09
	吹塑管	5,700.21	2,278.38	2.50	4,379.81	1,837.48	2.38	8,719.39	2,756.85	3.16
	挤出管	6,185.26	779.69	7.93	6,193.06	634.43	9.76	9,243.58	1,126.87	8.20
	吸塑管	1,394.83	1,074.30	1.30	774.40	206.89	3.74	1,275.91	498.22	2.56
	缠绕管	910.73	80.14	11.36	1,172.83	108.54	10.81	1,665.39	186.15	8.95
	其他管	109.59	11.13	9.84	97.29	8.09	12.03	267.38	27.00	9.90
软管小计		38,673.54	7,689.42	5.03	37,034.93	6,060.03	6.11	45,440.39	8,581.09	5.30
整机	吸尘器	37,253.36	163.17	228.30	22,747.36	84.89	267.98	17,772.31	76.88	231.17
	洗地机	50,229.29	67.89	739.89	83,440.38	99.42	839.28	14,722.18	15.39	956.86
	其他整机	2,798.00	12.58	222.49	5,301.45	21.59	245.59	2,704.17	8.88	304.41
整机小计		90,280.65	243.64	370.55	111,489.19	205.89	541.50	35,198.66	101.15	347.99
配件		53,044.24	12,777.97	4.15	43,617.80	14,124.85	3.09	48,817.46	17,594.66	2.77

(4) 近年各类产品材料成本情况

单位：万元、万件、元/件

产品类型		2023年			2022年			2021年		
大类	小类	材料成本	销售数量	单位材料成本	材料成本	销售数量	单位材料成本	材料成本	销售数量	单位材料成本
软管	伸缩管	10,446.55	3,465.78	3.01	11,722.10	3,264.61	3.59	11,072.29	3,986.00	2.78
	吹塑管	1,610.13	2,278.38	0.71	1,451.28	1,837.48	0.79	3,159.03	2,756.85	1.15
	挤出管	3,072.26	779.69	3.94	3,369.74	634.43	5.31	5,255.40	1,126.87	4.66
	吸塑管	281.85	1,074.30	0.26	237.26	206.89	1.15	429.59	498.22	0.86
	缠绕管	332.31	80.14	4.15	572.57	108.54	5.28	793.31	186.15	4.26
	其他管	66.38	11.13	5.96	62.72	8.09	7.75	198.45	27.00	7.35
软管小计		15,809.37	7,689.42	2.06	17,415.67	6,060.03	2.87	20,908.09	8,581.09	2.44
整机	吸尘器	32,425.66	163.17	198.72	18,074.34	84.89	212.93	13,301.32	76.88	173.02
	洗地机	39,575.00	67.89	582.95	69,019.45	99.42	694.23	12,380.08	15.39	804.64
	其他整机	2,212.05	12.58	175.90	3,787.94	21.59	175.48	1,856.76	8.88	209.01
整机小计		74,212.71	243.64	304.60	90,881.73	205.89	441.41	27,538.15	101.15	272.26
配件		29,978.36	12,777.97	2.35	25,950.86	14,124.85	1.84	27,804.47	17,594.66	1.58

2. 毛利率分析

(1) 整体毛利率变动

公司近年来各类产品毛利贡献情况如下：

项目	2023年度			2022年度			2021年度		
产品类别	收入占比	毛利率	毛利贡献	收入占比	毛利率	毛利贡献	收入占比	毛利率	毛利贡献
软管	21.25%	31.04%	6.60%	19.27%	27.63%	5.33%	35.10%	29.56%	10.38%
整机	49.61%	1.34%	0.66%	58.02%	7.60%	4.41%	27.19%	8.17%	2.22%
配件	29.15%	18.25%	5.32%	22.70%	20.14%	4.57%	37.71%	21.49%	8.10%
合计	100.00%		12.58%	100.00%		14.31%	100.00%		20.70%

因公司发展战略需要，2021年公司主营业务由软管及配件业务延伸至整机代工业务。由于公司整机部件主要来源于对外采购，包括自制件也来源于公司及其他子公司供应，整机经营主体自身并没有生产主要自制件，因此公司整机毛利率水平较低，而因为整机价值又相对于软管及配件高很多，因此导致销售额占比较高，进而自2021年以来大幅稀释降低了公司整体毛利率水平。

2023年主要受宏观经济增速放缓，消费疲软，市场竞争加剧影响，公司整机平均售价有所下降，同时暴加本期海外整机部件采购成本较高影响（原因详见本回复四之说明），使得公司整机平均毛利率有所下滑。

以线上洗地机终端市场销售为例，据奥维云网（AVC）线上监测数据显示，2023年1-11月，终端市场洗地机线上整体均价2,322元，同比下降18%。

软管毛利率近年来先降后升，整体维持在相对稳定区间，2022年下降主要系软管销售产品结构变化毛利率较高的吹塑管销量下降，以及2022年原材料价格上涨所致。

配件产品品类较多，近年来毛利率逐年下降，主要系毛利较低的配件产品占比逐年升高所致。

1) 2022年度较2021年度

产品类别	2022年度		2021年度		贡献率		贡献率变动	毛利率变动影响	结构变动影响
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	2022年	2021年			
	A	B	C	D	E=A*B	F=C*D	G=E-F	I=(A-C)*B	H=(B-D)*C
软管	27.63%	19.27%	29.56%	35.10%	5.33%	10.38%	-5.05%	-0.37%	-4.68%
整机	7.60%	58.02%	8.17%	27.19%	4.41%	2.22%	2.19%	-0.33%	2.52%
配件	20.14%	22.70%	21.49%	37.71%	4.57%	8.10%	-3.53%	-0.31%	-3.23%
合计	14.31%	100.00%	20.70%	100.00%	14.31%	20.70%	-6.39%	-1.01%	-5.38%

由上表可见，2022年较2021年公司整体毛利率下降主要系产品结构变化所致，2022年清洁电器行业中的洗地机市场快速发展，全资子公司苏州尚腾科技制造有限公司（以下简称苏州尚腾公司）抓住市场机遇，洗地机整机业务大幅增长，毛利率较低的整机业务占据了更大的销售额占比，导致公司整体毛利率被稀释降低。

2) 2023年较2022年

产品类别	2023年度		2022年度		贡献率		贡献率变动	毛利率变动影响	结构变动影响
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	2023年	2022年			
	A	B	C	D	E=A*B	F=C*D	G=E-F	I=(A-C)*B	H=(B-D)*C
软管	31.04%	21.25%	27.63%	19.27%	6.60%	5.33%	1.27%	0.72%	0.55%
整机	1.34%	49.61%	7.60%	58.02%	0.66%	4.41%	-3.75%	-3.11%	-0.64%
配件	18.25%	29.15%	20.14%	22.70%	5.32%	4.57%	0.75%	-0.55%	1.30%
合计	12.58%	100.00%	14.31%	100.00%	12.58%	14.31%	-1.73%	-2.94%	1.20%

由上表可见，2023年较2022年公司整体毛利率下降主要系整机毛利率下降所致。2023年主要受下游终端市场竞争加剧，客户降本需求传递影响，全资孙公司SUNTONE TECHNOLOGY COMPANY LIMITED（以下简称越南SUNTONE公司）吸尘器代工产品售价下降，部件采购成本较高，导致公司整机毛利率下降较大，从而降低了公司2023年整体毛利率。

(2) 整机业务分产品分析

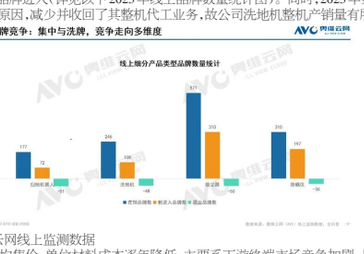
1) 吸尘器

近年来吸尘器产销量逐年增长，主要系公司在越南地区拓展吸尘器整机业务所致，2023年越南SUNTONE公司对车间产线进行了改造，产能得到大幅提升，吸尘器产销量快速增长。同时，因越南地区整机代工市场竞争加剧，吸尘器代工产品售价有所下降，部件采购成本较高，导致毛利下降较多。

2) 洗地机

公司2021年收购苏州尚腾公司以来，抓住了洗地机市场快速发展的机遇，据奥维云网数据显示：洗地机市场2022全年零售额达99.7亿元，同比增长72.5%。随着追觅科技（苏州）有限公司（以下简称追觅）、北京顺造科技有限公司（以下简称顺造）等品牌客户终端市场快速增长，公司2022年洗地机整机产销量也大幅增长。公司2022年洗地机整机销量较2021年同比增长546.17%。

2023年，洗地机市场仍保持较快增长，但因新品牌的快速涌入而市场竞争加剧。其中2023年仅洗地机就有108个新品牌进入（详见以下2023年线上品牌数量统计图）。同时，2023年第四季度因客户追觅自身战略调整原因，减少并收回了其整机代工业务，故公司洗地机整机产销量有所回落。



数据来源：奥维云网线上监测数据

近年来洗地机平均售价、单位材料成本逐年降低，主要系下游终端市场竞争加剧，品牌客户逐年下调价格，公司同步下调供应商采购价格所致。近年来公司洗地机整体毛利率较为平稳。

3. 行业竞争格局

清洁电器产业链上游主要为清洁电器的零部件及配件生产企业，产业链中游主要为清洁电器整机生产企业，主要为国际各大清洁电器品牌代工企业，产业链下游主要为清洁电器品牌商。据统计，2021年全球吸尘器市场TOP8品牌分别为：TTI占比11.3%、Dyson 8.3%、Midea 5.9%、Electrolux 5.5%、Bissell 4.7%、SHARK Ninja 4.0%、SEB 4.0%、Haier 3.0%，合计达46.7%。

我国虽是吸尘器最大的生产国，但并不是最大的消费市场，因此我国生产的吸尘器产品以出口为主。在国际市场中，国内企业与国际龙头企业在品牌影响力、国际竞争力等方面存在一定的差距，因此产品主要通过ODM/OEM模式为国外知名品牌如TTI、SHARK、伊莱克斯、飞利浦、松下等进行代工生产并出口。作为吸尘器第一生产大国和出口大国，我国吸尘器制造企业竞争较为激烈，市场中主要竞争企业为具有大规模ODM/OEM实力的国内小家电厂商。

从国内产业发展趋势看，品牌商主要采取代工生产模式。中国企业凭借长期积累的产业链建设及研发投入，已经在成本、技术和产业配套等方面形成了突出优势。由于国际贸易形势错综复杂，为规避国际贸易政策变化带来的经营风险，越来越多的中国企业开始在东南亚等人力资源相对丰富的地区设立制造基地。但与此同时，国内完善的产业配套、便利的基础设施、庞大的制造业基数，使得国内吸尘器等清洁电器制造产业链在中期来看仍在全球分工中处于不可替代的地位。

目前，国内吸尘器市场渗透率较低，随着国内大众对健康和环保意识的提高，越来越多的消费者开始关注家庭清洁卫生和空气质量，这为国内吸尘器等清洁电器市场发展提供了广阔的空间。

2021年公司从软管及配件业务进入吸尘器整机代工业务，由清洁电器产业链上游进入中游，是基于公司未来长远发展所做的重大战略决策。

综上所述，公司近年来毛利率持续下滑主要是公司由原来毛利率较高的软管及配件业务延伸至毛利率较低且销售额占比较高的整机代工业务，整体毛利率水平被稀释降低所致。同时近年来由于市场竞争加剧，产品结构变化以及海外供应链体系仍在完善中导致采购成本较高等因素也是公司整体毛利率下滑的主要原因。

（二）分析说明销售商品、提供劳务收到的现金下滑幅度高于收入下滑幅度的具体原因

销售商品、提供劳务收到的现金计算过程如下：

单位：万元

项目	2023年度	2022年度	变动金额	变动比例
营业收入	181,998.43	192,141.91	-10,143.49	-5.28%
加：增值税销项税	15,276.49	19,166.59	-3,890.10	-20.30%
加：合同负债增加	-65.48	-372.94	307.46	-82.44%
加：其他流动负债增加	-1,459.02	1,342.33	-2,801.35	-208.69%
加：应收票据减少	6,213.17	409.71	5,803.46	1416.48%
加：应收款项融资减少	2,844.73	-6,470.79	9,315.52	-143.96%
加：应收账款减少	3,875.29	-13,007.11	16,882.40	-129.79%
减：以票据背书转让支付的款项合计	60,000.22	17,626.65	42,373.57	240.39%
减：其他	7,380.25	450.69	6,929.56	1537.54%
销售商品、提供劳务收到的现金	141,303.14	175,132.36	-33,829.22	-19.32%

2023年度销售商品、提供劳务收到的现金下滑幅度高于收入下滑幅度，主要原因系公司本期将收到的商业汇票更多地用于背书转让所致。

公司对于商业汇票不同用途的现金流量处理方式如下：

用途	现金流量处理
到期托收	计入销售商品、提供劳务收到的现金
贴现	以收取的净额计入销售商品、提供劳务收到的现金
背书转让	销售、采购均不体现现金流

基于提升资金使用效率、降低财务成本目的，公司2023年将更多的票据用于背书转让支付货款，到期收款而计入销售收现现流的票据比例有所下降，故2023年较2022年销售商品、提供劳务收到的现金下降幅度高于同期营业收入的下降幅度。

（三）结合前述问题，量化分析公司近年增收不增利的具体原因，说明是否与行业整体趋势及公司行业地位相背离，是否可能持续对公司经营和业绩产生不利影响，如存在，请补充披露公司应对措施并进行风险提示

报告期内公司主要财务指标列示如下：

单位：万元

项目	2023年度		2022年度		2021年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
营业收入	181,998.43	-5.28%	192,141.91	48.42%	129,456.51
营业成本	159,106.88	-6.36%	164,646.42	60.39%	102,652.68
毛利	22,891.55	-16.74%	27,495.50	2.58%	26,803.82
毛利率	12.58%	-1.73%	14.31%	-6.39%	20.70%
期间费用	17,711.32	32.34%	13,383.45	-7.40%	14,452.68
信用减值损失	453.37	-156.55%	-801.73	8.77%	-737.08
资产减值损失	-1,498.92	-32.32%	-2,214.77	442.69%	-408.11
净利润注1	2,705.10	-75.93%	11,237.38	5.10%	10,692.33
其中：少数股东损益	205.46	-85.28%	1,396.16	-496.40%	-352.21
归属于上市公司股东净利润	2,499.64	-74.60%	9,841.21	-10.90%	11,044.54

注：上述2021年、2022年利润数据与原年度报告披露不一致之处，系因根据国家财政部规定对会计政策变更追溯调整所致。

报告期内各类业务毛利贡献情况如下：

单位：万元

项目	2023年度		2022年度		2021年度
	毛利贡献	变动比例	毛利贡献	变动比例	毛利贡献
软管	12,003.62	17.30%	10,233.15	-23.83%	13,434.04
配件	9,678.81	10.18%	8,784.38	-16.28%	10,492.43
整机	1,209.12	-85.74%	8,477.97	194.64%	2,877.35
合计	22,891.55	-16.74%	27,495.50	2.58%	26,803.82

1. 2022年较2021年增收不增利原因

(1) 营业收入大幅增长，毛利略微增长

整机方面，得益于清洁电器行业中的洗地机市场快速发展，苏州尚腾公司整机业务大幅增长，2022年整机板块营业收入111,489.19万元，较2021年增长216.74%；2022年整机贡献毛利8,477.97万元，较2021年增加5,600.62万元；软管配件方面，受原材料涨价及产品结构变化影响，毛利有所回落，较2021年下降4,908.94万元，整体来看毛利贡献较2021年略有增长。

(2) 资产减值损失增加

2022年苏州尚腾公司从原有的吸尘器业务向洗地机业务转型，基于谨慎性考虑对于原吸尘器业务专用的固定资产计提了减值损失，减少了当期净利润。

(3) 少数股东损益影响

2022年少数股东损益1,396.16万元，较上年增加1,748.37万元。虽然2022年苏州尚腾公司整机业务增加贡献了公司净利润，但由于2022年公司持有苏州尚腾公司股权比例为55%，因此，部分净利润增长归属于少数股东所有，公司未能完整的享受到整机业务增长所带来的净利润。

(4) 综合以上原因，2022年因整机业务营业收入快速增长，导致公司大幅增收。但因整机业务整体毛利水平较低、少数股东损益的影响以及在转型过程中对原吸尘器业务专用固定资产计提减值，导致整机的增收未能带来同等的增利。叠加软管配件业务毛利贡献有所下降的影响，呈现出整体增收不增利的结果。

2. 2023年较2022年增收不增利原因

(1) 营业收入小幅下降，毛利率进一步下降

2023年公司营业收入下降主要系国内整机业务回落所致。虽然越南SUNTONE公司整机业务大幅增长，但因市场竞争加剧，售价降低及其采购成本较高导致其毛利率大幅下降。同时由于国内苏州尚腾公司整机业务回落导致固定成本无法有效分摊，综上导致本期毛利额减少4,603.95万元，是2023年净利润下降的主要原因。

苏州尚腾公司2023年人工、制造费用占成本比例上升，具体如下：

项目	2023年占比	2022年占比	变动率
直接材料	84.92%	89.78%	-5.42%
直接人工	12.10%	8.55%	41.47%
制造费用	2.99%	1.67%	78.89%

由上表可知，2023年苏州尚腾因整机业务回落，固定成本占比上升。

(2) 期间费用增长

2023年期间费用较2022年增加4,327.87万元，导致本年净利润下降，主要如下：

1) 主要因员工工资及社保缴纳比例增加，导致本期计入期间费用的职工薪酬增加1,336.54万元；

2) 公司募投项目于2022年末已转固，2023年计入期间费用的折旧摊销费较上年同期增加530.04万元；

3) 2023年初因国内突发公共卫生事件管制结束，业务来往增加，公司业务招待费、差旅费较上年同期增加729.82万元；

4) 2022年美元汇率由年初的6.30大幅增至7.20左右，公司持有的美元资产产生了较多的汇兑收益；2023年美元汇率有所波动但整体维持在高位，汇兑收益较2022年减少2,695.34万元。

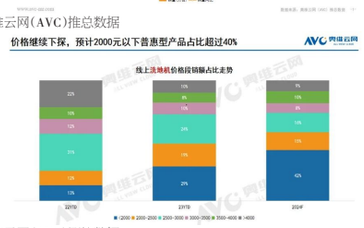
3. 行业整体趋势及公司行业地位

公司所处行业属于橡胶和塑料制品行业，细分行业为清洁电器软管行业。公司主要从事清洁电器软管配件及整机ODM/OEM产品的研发、生产和销售。其中清洁电器整机ODM/OEM产品主要有吸尘器、洗地机、扫地机器人、布衣清洗机、除螨仪等。

在公司进入整机业务之前，随着国内清洁电器持续创新发展，生产技术逐步成熟，如手持吸尘器、洗地机、扫地机器人等各类新型清洁电器先后兴起，对公司软管业务构成了一定挑战。同时考虑到吸尘器软管只是吸尘器部件中的细分行业。因此公司从长远发展考虑，在2021年开始进入吸尘器小家电整机业务领域。公司软管配件与整机业务之间属于产业上下游关系，具有较好的协同性，因此公司希望通过不断做大做强整机业务平台，由原来软管配件二级供应商向以内部采购为主的整机业务一级供应商转变，增强业务主动权，并以整机业务为平台不断延伸产业链，丰富公司产品种类，提高竞争力和盈利能力，为公司持续健康发展提供支撑。

近几年随着吸尘器、洗地机等清洁电器市场快速发展，清洁电器软管、配件及整机ODM/OEM业务也取得了较快的发展，公司所处行业市场前景广阔。同时，随着行业内越来越多品牌的持续进入，市场竞争也日渐激烈。

数据来源：奥维云网（AVC）推总数据



数据来源：奥维云网（AVC）测算数据

由于公司刚进入整机业务领域不久，产业协同性以及整机部件自制率还有待提升，与深耕整机行业已久的规模企业相比供应链体系还不够完善，要实现以内部采购为主的战略目标还需要更多时间去逐步布局和积累。而在这种情况下，清洁电器整机市场竞争加剧，势必会对公司正处于战略初期的整机业务造成不利影响，进而影响公司整体业绩。这是公司在战略转型阶段所承担的正常波动。但若未来公司无法有效提升竞争力，以应对激烈的市场竞争，可能会对公司经营业绩持续产生不利影响。

4. 公司已采取或拟采取的应对措施

(1) 持续提升技术研发能力，积极发挥软管配件技术优势，进一步推动公司整机技术研发能力

2023年下半年苏州尚腾公司首次通过了高新技术企业认定，拥有专利数量从首次收购时75项增加到至今126项，其中发明专利由首次收购时3项增加到至今13项，正在申请的各类专利合计114项。公司整机技术研发能力得到有效提升。在整机新品开发方面逐渐向ODM模式倾斜，通过提高ODM模式比例不仅可以在新品开发过程中积累属于自己的知识产权，还可以有效增强未来整机业务拓展的主动性。经统计，苏州尚腾公司从2024年初至今已量产的各类洗地机、吸尘器、除螨仪、布艺清洗机等新品合计有9个，待量产的新品合计有4个，已立项正在开发中的新品合计有18个（其中2个为越南SUNTONE公司开发）。

(2) 积极推进协同发展战略

公司将继续坚持发展主业，不断提升软管配件与整机业务之间的协同性，并将加大力度打造整机业务平台，围绕整机业务平台陆续扩大公司产品种类，不断延伸产业链，提升整机业务的部件自制率，提高公司整体市场竞争力和抗风险能力。2023年度公司软管配件业务合计实现营业收入9.17亿元，较2022年度增长13.72%，其中就有整机业务对软管配件业务的带动作用。同年，公司通过全资孙公司苏州弘顺智能电气有限公司开始逐渐进入吸尘器电机业务领域，并已陆续开始吸尘器电机量产，计划用于自产自销。虽然公司吸尘器电机业务目前尚处于起步阶段，对公司整体经营业绩影响还比较小，但这却是吸尘器核心部件，若发展成熟，对公司整机业务具有支撑作用，这也是公司提升未来核心竞争力的重要举措之一。

(3) 有序推进海外投资计划，提升海外市场竞争力

越南SUNTONE公司目前在用厂房来源于租赁，受厂房结构布局和面积受限影响，对于新客户引入以及订单承接能力方面具有较大的局限性。为此公司未来将有序推进越南清洁电器生产基地项目建设，提高订单承接能力，提升越南整机技术研发能力，包括国内外协同合作研发、输入技术资源、引入技术人才、购买先进技术设备等措施。积极发挥国内苏州尚腾公司近几年在洗地机整机市场建立的知名度，以国内现有客户资源为导向积极向越南SUNTONE公司引入新客户；持续完善公司在越南当地的供应链体系，提高越南本地化采购比例，降低采购成本和缩短采购周期，提高存货周转率，提升对客户需求响应速度，具体措施包括提升越南子公司部件自制率、邀请现有供应商前往越南建厂、寻找当地更有性价比的合格供应商等措施。2023年下半年公司与专业生产电机企业苏州永捷电机有限公司在越南合作设立了参股公司，从事吸尘器电机业务。

(4) 加大海内外新客户开拓力度，提升客户服务能力

公司将在继续巩固软管配件客户资源的基础上，积极利用公司在清洁电器软管配件领域积累的良好口碑和信誉度，努力向吸尘器整机业务领域导入优质品牌客户。具体措施包括增加对已有客户的新品推荐数量和频率、加快新客户新品开发进度、增加新品立项开发计划、积极参加展会引入品牌商洽谈和邀请品牌商来现场参观考察等。2023年下半年至今公司逐渐量产的新客户有：LG、苏泊尔、博世等知名品牌客户。

5. 相关风险提示

(1) 经营业绩下滑的风险

2023年度公司经营业绩大幅下滑的主要原因是受宏观经济环境影响，全球经济增速放缓，消费需求疲软导致市场竞争加剧，客户降本需求进一步提高，导致公司产品售价下降，毛利减少。若未来经济环境持续低迷、消费需求恢复不及预期、市场竞争加剧导致价格进一步下降或行业政策及下游市场出现重大不利变化，则存在未来公司经营业绩下滑的风险。

(2) 整机业务持续亏损的风险

2023年度公司整机业务发生亏损，若公司未来整机业务不能持续提升市场竞争力，进一步完善海内外供应链体系，降低采购及运营成本，则存在公司整机业务持续亏损甚至下滑的风险，进而存在影响公司整体经营业绩下滑的风险。

(3) 客户集中度较高的风险

由于公司客户集中度相对较高，若未来客户下游行业出现新的替代产品或行业竞争加剧或主要客户自身经营出现下滑或经营策略或模式调整等情形，则存在主要客户减少采购规模甚至丢失主要客户而给公司经营业绩带来不利影响的风险。同时，由于公司主要采用赊销的形式向客户销售产品，因此公司应收账款保持在较高水平且集中度较高。若未来公司主要客户出现导致还款能力下降的因素，则存在应收账款难以及时收回和增加计提信用减值的风险，进而存在对公司经营业绩造成不利影响的风险。

(4) 新品开发迭代的风险

公司目前正在开展的吸尘器电机业务尚处于起步阶段，规格品种较少，对公司整体经营业绩影响还比较小，未来该业务发展是否能够达到预期效果，尚存在一定不确定性风险。公司目前待量产新品实际能获得订单效果还需客